

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

VENDENDO SEGURANÇA: A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DE VIGILÂNCIA E PROTEÇÃO NA ARGENTINA¹

Federico LORENC VALCARCE²

RESUMO: Esse artigo oferece uma análise sistemática dos mercados da segurança privada na Argentina. Se a produção de serviços de vigilância e proteção se apresenta como uma verdadeira indústria e se as transações, entre os produtores e os consumidores, se organizam como mercados, poderíamos utilizar essas contribuições da sociologia econômica para examinar uma realidade que, de uma certa perspectiva, seria um sistema particular de relações mercantis? Analisaremos primeiro os princípios de estruturação e as relações de força que caracterizam o espaço dos produtores de serviços de segurança privada, considerando a diversidade de serviços oferecidos e os quadros que podem unificá-los. Abordaremos, em seguida, a retórica da prevenção que acompanha a comercialização destes serviços, a maneira pela qual eles se adaptam às demandas dos clientes e às necessidades que as organizações e os grupos satisfazem com o consumo desse tipo de produto.

PALAVRAS-CHAVE: Segurança privada. Mercados. Vigilância. Prevenção. Manutenção da ordem.

Introdução: uma sociologia dos mercados de segurança

A segurança privada é uma das formas mais interessantes do controle social na época contemporânea. Na América do Norte, na África, na Europa, mas também na Ásia ou na América Latina, se constituem verdadeiras “indústrias do medo” dedicadas à satisfação das necessidades de segurança das empresas e das pessoas. Guardas fardados, câmeras de vídeo-vigilância, guaritas, patrulhas motorizadas fazem cada vez mais parte da paisagem de nossas cidades. Uma parcela importante de nossas atividades cotidianas

¹ Tradução de Cristina Seixas de Almeida Prado; revisão do próprio autor.

² Sociólogo. Universidade de Buenos Aires. Facultad Ciencias Sociales. Ciudad de Buenos Aires – Argentina. C1122AAJ. Doutor em Ciência Política. Universidade de Paris Panthéon-Sorbonne. Paris - França. 75231. Pesquisador do CONICET. Universidade de Buenos Aires. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Ciudad de Buenos Aires – Argentina. C1122AAJ. Professor Adjunto. Universidade Nacional de Mar del Plata - Departamento de Sociologia. Mar del Plata – Argentina. 7600 - federico.lorenc@gmail.com

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

acontece nos espaços privados cuja ordem é assegurada por este tipo de dispositivo. As casas particulares, os espaços comerciais e bancários têm, frequentemente, alarmes anti-roubo, ligados a centros de vigilância privados. Tarefas, antigamente realizadas por zeladores, recepcionistas ou empregados domésticos, viraram negócio de agentes especializados na função de vigilância. Em alguns casos raros, essas novas formas de controle substituem os serviços antes garantidos por policiais. As casas particulares e os pequenos espaços, como antigamente os bancos ou os supermercados, têm, hoje em dia, alarmes anti-roubo ligados a centros de monitoração. Eis, então, alguns exemplos de formas de proteção e de vigilância que podemos observar em diferentes espaços que respondem a transformações múltiplas da vida social. Um dos traços fundamentais é que elas assumem, cada vez mais, uma forma mercantil. Os mercados de segurança constituem o objeto deste artigo.

De fato, se a produção de serviços de segurança se apresenta como uma verdadeira indústria e, se as transações comerciais entre os produtores e os consumidores se organizam enquanto mercados, não poderíamos utilizar contribuições da sociologia econômica para compreender uma realidade que, de certa perspectiva, seria um sistema particular de relações mercantis?

A nova sociologia econômica mostrou, de fato, que os mercados não são apenas sistemas de interação que se constroem no âmbito de certas instituições sociais, políticas e culturais, mas são eles próprios, fatos sociais. Para abordagens interacionistas, os mercados não são espaços atomizados e anônimos, mas sistemas de relações concorrenciais entre produtores que se conhecem e se observam uns aos outros. Os produtores não se empenham em simples lutas por preço, mas procuram estabilizar seu papel em relação a outros agentes e a encontrar nichos que lhes permitem sobreviver (WHITE, 1981, 1988; PODOLNY; STUART; HANNAN, 1996). Abordagens mais estruturais visam, sobretudo, sinalizar os aspectos políticos intrínsecos a tais espaços de atividade social, sobretudo as relações de poder entre os produtores, que permitem a certos especuladores, fixar preços ou definir a natureza das prestações de serviços, expressando-se nas formas dominantes de organização de empresas e serviços, assim como nas normas que organizam a indústria (FLIGSTEIN, 1996; BOURDIEU, 2000).

A análise sociológica da concorrência em terrenos tão diferentes quanto a indústria da informática (PODOLNY; STUART; HANNAN, 1996) e a área da edição

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

(BOURDIEU, 1999) mostra que os mercados não são homogêneos. Há, muitas vezes, convivência entre as empresas de uma mesma indústria, até mesmo laços de amizade entre patrões que concorrem entre si (INGRAM; ROBERTS, 2000). Existem, aliás, instituições que reúnem produtores e contribuem para a unificação das indústrias: os sindicatos, mas também clubes elitistas e a associação dos “veteranos” (GRANVOTER, 1985; GRANOVETTER; MCGUIRE; SCHWARTZ, 1993; GRANOVETTER; MCGUIRE, 1998). Os mercados são sistemas de relações sociais que incitam, ao mesmo tempo, a participação dos empresários e suas empresas, e a dos fregueses que compram seus produtos ou seus serviços. Os poderes públicos participam deles, às vezes diretamente, enquanto reguladores, produtores ou consumidores dos bens e dos serviços. Estes mercados funcionam segundo lógicas que não se deixam apreender pelos modelos abstratos da ciência econômica.

Do ponto de vista de sua forma, um mercado como o da segurança é um sistema de relações de troca entre uma indústria e seus clientes: a indústria é um espaço de concorrência entre fornecedores que ocupam posições diferentes no campo da produção; os consumidores constituem uma categoria heterogênea que englobam “comunalizações” e “sociações” no sentido de Max Weber, que são do âmbito tanto do público, quanto do privado (famílias, associações, empresas, administrações). No entanto, a indústria da segurança não preexiste no mercado, isto é, não há um espaço autônomo de fabricação de bens e de serviços que, depois, entra em contacto com clientes pré-constituídos. Além disso, as necessidades de proteção só existem na relação de troca com os bens e serviços que as satisfazem. Os produtores e os consumidores se constituem enquanto tais na relação mercantil que os une. O mercado é, pois, um sistema emergente, uma realidade *sui generis*, um fato social que não existiria sem a associação das partes que participam de sua estruturação.

Um mercado é constituído pela junção sistemática e permanente entre produtores e consumidores de um bem ou de um serviço particular. O nascimento do sistema, seu funcionamento e sua reprodução dependem tanto dos agentes que produzem o serviço, quanto dos grupos sociais que precisam e fazem uso dele. Essa visão relacional nos obriga a fazer questionamentos empíricos para explicar a constituição recíproca da “oferta” – sociologicamente descrita como o conjunto das empresas que produzem bens e serviços destinados ao mercado – e da “demanda” –

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

remetendo a diferentes categorias sociais que dispõem dos meios financeiros necessários para poder comprá-los. O artigo se organiza em volta da descrição desses pólos e das relações que eles mantêm.

Esse trabalho baseia-se em uma pesquisa de campo aprofundada realizada na Argentina a partir de 2004. Apoiei-me numa centena de conversas com diferentes categorias de agentes que participaram da produção dos dispositivos de securização, assim como em documentos apresentados pelas empresas e pelas administrações (brochuras, propostas, legislações) e, enfim, em observações feitas nos locais de trabalho e de lazer. As conversas com os empresários e os gerentes de empresas de segurança privada permitiram descobrir aspectos gerais do funcionamento das empresas, suas estratégias comerciais e os critérios de recrutamento e de formação da força de trabalho, mas também permitiram analisar outros materiais, sobretudo os *sites* de *internet* de 160 empresas de segurança privada.

Além disso, as conversas com os assalariados – particularmente com os agentes de segurança, que entrevistamos em seus postos de vigia – permitiram que captássemos os conteúdos concretos das práticas de segurança, quanto suas trajetórias e suas interações com outros agentes em campo (outros trabalhadores, fregueses, público). Finalmente, fregueses foram entrevistados: responsáveis das administrações, das empresas e dos grupos domésticos que contratam ou contrataram serviços de vigilância. Isso permitiu conhecer as motivações que levaram os indivíduos e os grupos a contratar esse tipo de serviço, bem como os critérios que orientam seu comportamento enquanto consumidores, sua relação com os produtores e os usos que fazem dos serviços que compram. A análise das licitações e das publicações nos permitiu situar os relatos dos fregueses dentro de seus contextos: levamos em conta uma média de sessenta textos de licitação disponíveis no *site internet* da ONC (*Escritorio Nacional de Contratações*), órgão do Estado encarregado da publicidade das compras das administrações, a fim de identificar as características do produto ou do serviço comprado e as necessidades específicas da organização-alvo.

O espaço dos produtores: princípios de estruturação e relações de força.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Na Argentina, a indústria de segurança nasce de fontes bem díspares: os serviços internos de segurança das firmas, os escritórios de detetives, as sociedades de transporte de dinheiro. Todos esses agentes encontram um mercado nos serviços de guarda e de vigilância desde os anos 1960, e participarão, assim, à constituição de um espaço unificado de produção de serviços de segurança: os serviços internos se tornarão empresas independentes, as sociedades de escolta e de inquérito investirão no campo da “vigilância humana” e, mais tarde, no da “vigilância eletrônica”. O processo de constituição da indústria de segurança coincide com o recorte de uma categoria de produtos agrupados sob a mesma etiqueta, cuja unidade, por sua vez, só será realizada nos anos 1990.

Carlos Oliveira, na época presidente da CAESI (Câmara Argentina de Empresas de Segurança e Inquéritos), afirmava que o número de negócios do setor tinha sido de 900 milhões de pesos em 1998, enquanto, em 1994, ele era de 700 milhões. Isso englobava apenas o setor de guarda, ou de “guarda humana”, já que o setor “alarmes” – enquadrado pela CEMARA (Câmara de Empresas Argentinas de Monitoração de Alarmes) – exibia, por sua vez, um número de negócios de 100 milhões em 1998. Esses números coincidem, globalmente, com os alegados pelo principal especialista do setor, que estimava que esse último viu circular 1.300 milhões de pesos em 2000: 850 no mercado de segurança física, 230 no mercado da segurança eletrônica e 100 no mercado de escolta e transporte de dinheiro (FRIGO, 2003). O sindicato dos patrões, os especialistas e os poderes públicos concordam com a estimativa do volume e a composição atual do setor: por volta de cinco bilhões de pesos como montante de negócios, 150.000 assalariados e 800 empresas, com crescimento constante no que se refere ao número de assalariados e do volume de negócios.

De um ponto de vista sociológico, uma indústria é um conjunto de agentes que produzem os mesmos produtos ou os mesmos serviços. Trata-se de um espaço objetivo de posições ocupadas por agentes ligados entre si por relações sistemáticas. Como determinar relações de força subjacentes às lutas múltiplas que contrapõem as empresas de segurança?

Não dispomos de um indicador que seja válido para todos os ramos da indústria – fora o número de negócios, indicador pouco confiável, além da inconveniência de só estar disponível para um grupo muito reduzido de sociedades. Utilizaremos, então, o

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

número de assalariados como indicador da “importância” das empresas: um indicador pertinente no que concerne o setor da “vigilância humana”, caracterizada pelo uso intensivo de mão de obra; adequado quando diz respeito ao setor do transporte de dinheiro; e menos adequado quando se refere ao setor da segurança eletrônica. Segundo as estatísticas de 2003, apenas seis empresas contavam com mais de 1000 assalariados (mais de 1200, para ser preciso); 22 empresas com mais de 500 (e menos de 1000); 50 empresas, entre 200 e 499; 97, entre 100 e 199 empregados; 383 entre 20 e 999; 439 empresas, entre 20 e 99; 203 empresas, entre 10 e 19; 439 empresas, entre 1 e 9 empregados. Existem também agentes cujo poder de prestação é notoriamente maior que o dos outros, o que indica, indiretamente, as partes do mercado que conseguem abastecer: num universo de 81.940 assalariados, registrados nas sociedades de segurança em 2003, as seis maiores empresas concentravam 19,6% da força de trabalho e as 22 seguintes, 19,2%, ou seja, as 28 principais empresas concentravam 40% dos postos de trabalho, então, muito provavelmente, também dos clientes e dos lucros; as 100 principais empresas concentravam 60 % da força de trabalho e as 500 principais, 90%. Podemos ver essa distribuição na tabela seguinte.

Tabela 1: Postos de trabalho segundo o tamanho das sociedades (2003)

	NUMERO DE POSTOS
Os 6 maiores	16 065
Os 22 seguintes	15 752
50 seguintes	15 196
97 seguintes	13 014
383 seguintes	17 299
203 seguintes	2 858
439 seguintes	1 756

Fonte: Elaboração própria a partir de estatísticas do Sistema Integrado de Aposentadorias e Pensões.

Vemos que a concentração da oferta é bastante marcada, sem que se chegue por isso ao nível de concentração dos mercados monopolistas europeus (LORENC VALCARCE, 2011). De um ponto de vista sociológico, isso mostra que algumas empresas detêm uma boa fatia do mercado, sem que nenhuma chegue a dominá-lo completamente. Num contexto de forte concorrência, muitas empresas morrem, outras têm de se contentar com posições marginais, as maiores tendem a dividir os fregueses

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

entre elas. Estamos diante de um sistema de relações concorrenciais em que um número limitado de empresas controla uma parte cada vez mais importante do mercado, enquanto centenas de pequenas e médias empresas fornecem seus serviços aos fregueses que as grandes empresas não podem ou não querem servir.

Mas as empresas também podem ser qualificadas segundo o tipo de serviço que oferecem – análise que tem a vantagem de nos permitir medir os limites impostos às capacidades de prestação de serviço, segundo os seus tamanhos. Para distinguir os tipos de serviço oferecidos pelos conglomerados socialmente definidos como “empresas de segurança privada”, construímos uma amostragem intencional de 160 casos, cujos *sites* de *internet* estavam disponíveis³. Tratamos do conjunto dos casos de cada classe, como se fossem representativos das categorias às quais pertenciam, sendo o número de assalariados escolhido como critério de classificação. A análise quantitativa destes *sites* mostra que 86% das sociedades de segurança oferecem serviços de guarda e vigilância patrimonial e 84% oferecem também serviços de segurança eletrônica (alarmes, vídeo-vigilância ou controle por satélite). É uma combinação de prestações de serviço que revela a tendência à integração da vigilância humana e os dispositivos eletrônicos nos *sites* dos fregueses. Mas existe também uma ampla oferta de serviços móveis: escolta de caminhões (60% das sociedades propõem este serviço), proteção pessoal (45%) ou transporte de valores (21%). Há, por fim, serviços de informação, seja pela forma tradicional de inquérito (51% das empresas de segurança de nossa amostra oferecem esse serviço), seja por meio de serviços mais modernos de consultoria que eles propõem (42%). Em compensação, apenas 9% das empresas do setor propõem serviços de limpeza, antigamente muito disseminado sob forma de oferta de uma “vigilância-limpeza” enquanto vemos surgir prestações de serviço, tais como a proteção da informação e dos dados informáticos (9%), que não existiam na época. A oferta de serviços – e, sobretudo, a configuração de suas prestações – varia segundo o tamanho das empresas:

³ Essa amostragem inclui por volta da metade dos casos de empresas que tinham um site na Internet entre 2003 e 2006. Não levamos em consideração sociedades que não existem mais, mesmo que tenham tido uma certa importância no setor no momento em que a pesquisa foi feita. Excluímos também os sites de empresas, cujo número de assalariados não é conhecido, para assim controlar as propriedades aparentes nos *sites* remetendo-as ao espaço de posições livre da variável “tamanho”.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Tabela 2: Tipo de serviços prestados de acordo com o tamanho da empresa (porcentagens)

SERVIÇOS	Mais de 500 assalariados	201-500 assalariados	101-200 assalariados	50-100 assalariados	Menos de 50 assalariados	TOTAL
Vigilância patrimonial	90	93	86	92	72	86
Escolta de caminhões	71	77	60	57	44	60
Proteção pessoal	52	57	43	41	36	45
Transporte de valores	33	33	20	19	6	21
Segurança eletrônica	81	83	86	92	78	84
Consultoria em segurança	57	43	49	41	28	42
Inquéritos	38	50	63	54	44	51
Proteção da informação	10	10	6	5	14	9
Limpeza, jardinagem, logística	19	7	23	24	14	19
TOTAL	21 (100)	31 (100)	35 (100)	37 (100)	36 (100)	N = 160 (100)

Fonte: Elaboração própria a partir de *sites* da Internet de uma amostra de empresas de segurança privada.

A “vigilância humana” continua sendo uma prestação de serviço onipresente, em todo esse universo, menos nas empresas menores. A escolta de caminhões e o transporte de valores, a proteção pessoal e a consultoria se tornam cada vez mais raros à medida que se desce na escala das empresas; estes serviços exigem, de fato, grandes investimentos econômicos, tanto no do que diz respeito aos equipamentos quanto para conseguir uma força de trabalho mais qualificada. Em contrapartida, os serviços de segurança eletrônicos se tornam cada vez mais frequentes, confirmando, assim, a idéia de que este tipo de prestação de serviço não leva a um consumo massivo de força de trabalho. Nas sociedades de menos de 50 assalariados, encontramos menos empresas oferecendo serviços de vigilância e guarda. Há também menos oferta em quase todas as categorias de serviços, o que nos permite distinguir pequenas sociedades num dos ramos da indústria.

Diversificação e unificação das prestações de serviço de segurança.

Os limites de uma indústria ou de um mercado não podem ser definidos abstratamente, já que se inserem em condições sociais específicas, condições que só um programa de pesquisa permite descobrir. No caso da segurança privada, seria arbitrário

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

agrupar os serviços que remetem, *a priori*, a esta categoria de prestação de serviço, a menos que a observação das condições empíricas nas quais ela consegue se atualizar e ser objetivada permita que o arbitrário seja eliminado. Os serviços oferecidos pelas sociedades de segurança constituem um universo heterogêneo cuja unificação se dá, primeiro, graças ao trabalho simbólico que as empresas realizam no que diz respeito ao que fazem; pois o fato de que as mesmas empresas os produzam, ao englobá-los na mesma categoria de classificação faz, desses serviços, elementos aglomerados de uma totalidade concreta.

No plano de sua atividade principal, as empresas de segurança são, prioritariamente, sociedades de vigilância. Elas propõem serviços produzidos no local por agentes em uniforme que servem, também, as necessidades primárias de controle de acesso e rondas de vigilância, qualquer que seja a organização, pública ou privada. Mas a evolução dos mercados de segurança provocou uma tendência crescente à diversificação da oferta: aos serviços de vigilância, essas sociedades acrescentaram serviços eletrônicos e móveis que têm, às vezes, uma relativa autonomia, ou que são integrados dentro de fórmulas de serviço vendidos sob a etiqueta de “segurança integral”. Tanto num caso como no outro, os serviços são unificados no sistema de produção; no segundo caso, são unificados no plano do consumo: a noção de “segurança integral” sendo empregada, tanto para organizar atividades da empresa, quanto como estratégia comercial, que visa vender aos clientes todo um arsenal de serviços – guarda, controle de acesso por dispositivo infravermelho ou diferentes tipos de barreiras, sistemas de gravação por vídeo ou vídeo-vigilância, alarmes contra incêndio, aconselhamento de segurança – para serem integrados no objeto-alvo das prestações de serviços. Enquanto os serviços de vigilância evoluem em direção a “sistemas integrais” – em parte, graças à inovação tecnológica, ela mesma subproduto da concorrência comercial nos mercados dos países centrais, especialmente dos Estados Unidos –, eles tendem a se distanciar de outros “serviços pessoais” pouco exigentes, que, muitas vezes, lhes haviam sido acrescentados como, por exemplo, os serviços de limpeza.

Ao lado dos serviços de vigilância dos postos fixos e dos dispositivos mecânicos e eletrônicos que foram somados às pessoas, existem serviços de proteção móveis, de mesma importância do ponto de vista econômico.

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

O transporte de dinheiro constitui um sub-setor muito particular da indústria de segurança e este mercado é dominado por uma empresa igualmente proeminente nos mercados de vigilância humana e de vigilância eletrônica (Prosegur). No entanto, trata-se também de um produto disponível no mercado, cujos produtores estão objetivamente incluídos na indústria da segurança. Um conjunto de sociedades produz apenas esse tipo de serviço e seus correlatos, ou seja; a securização do dinheiro: gestão de terminais eletrônicos bancários, embalagem das moedas, consignação de fundos. Além disso, as sociedades de vigilância propõem esse tipo de serviço de maneira mais marginal e direcionada, dirigidos a fregueses que não interessam às grandes sociedades.

Existem serviços de proteção de bens mais acessíveis e que, por sinal, nasceram no coração das sociedades de vigilância; estamos falando da escolta de caminhões. Desde os anos 1970, passou-se da securização do espaço das empresas para a vigilância dos caminhões que transportavam seus bens, entre os diferentes estabelecimentos, da usina para os entrepostos ou para os locais de distribuição, com um quadro de funcionários armados que acompanhavam o caminhão em um ou vários veículos. Nos anos 1990 e 2000, um processo de incorporação de tecnologia, análogo ao que foi realizado na proteção do fixo, se justapõe ao da proteção do móvel: vemos então surgir sistemas de controle via satélite que permitem a localização dos caminhões e das mercadorias, graças ao *Global Positioning System* (GPS). Como os sistemas eletrônicos de proteção e a tele-vigilância, esses serviços são menos caros do que aqueles que vieram substituir⁴, o que contribui para expandir o universo de fregueses possíveis e, assim, abrir novos mercados para as sociedades que se multiplicam.

Apesar da hierarquia no coração da indústria da segurança e da segmentação da concorrência que essa produz, há um princípio de unificação das prestações de serviço que é, ao mesmo tempo, fonte da homogeneidade crescente que observamos nesse espaço de atividade social. As relações de concorrência entre as empresas levam à observação recíproca (WHITE, 1988): as firmas observam o que fazem outras firmas que propõem serviços *a priori* semelhantes, o que contribui para a objetivação do setor e confere uma existência das mais concretas em diferentes mercados de segurança. As

⁴ Relatos indicam que os sistemas GPS vieram substituir as escoltas de caminhões com contingente armado, assim como as câmeras de vídeo substituíram os guardas. Em outros casos, diferentes mecanismos são integrados em um só dispositivo de proteção. Seja pela sua intercambialidade, seja por sua integração, consideraremos que estes elementos fazem parte da mesma família de prestações.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

empresas copiam, às vezes, formas aparentes de seus serviços, implementando as mesmas tecnologias e os mesmos modos de organização, introduzindo princípios de diferenciação em suas publicidades ou em seus dossiês de serviço. Isso contribui com a construção social de uma indústria, cuja forma e o conteúdo não são, *a priori*, determinados por nenhuma necessidade social ou tecnológica.

Além disso, a constituição de um setor de empresas, que oferecem serviços pagos, socialmente definidos como “setor privado”, vem acompanhada pelo desenvolvimento de sinais exteriores, que servem para uma definição objetiva do fenômeno: nomes próprios, registrados pelo Estado e enquadrados por normas jurídicas; locais, carros, armas, uniformes e pessoas que os usam; sindicatos de patrões e de assalariados que se reconhecem num terreno comum: dinheiro, finalmente, em troca dos serviços. Um grupo de empresas que fornece um sistema análogo no mercado é, assim, facilmente localizado e constitui uma indústria fortemente objetivada. Eis um conjunto de símbolos que contribuem para a unificação dos agentes, das atividades e dos produtos.

Quase um século atrás, os poderes públicos qualificavam certos serviços como “polícia particular”. No fim dos anos 1950, as sociedades de “polícia particular” se tornaram “empresas de vigilância”, denominação que ainda encontramos, particularmente, entre os empreendedores. Nesse meio, se utiliza crescentemente a noção meio-política-jornalística, meio-científica de “segurança privada”. Nos anos 1970, os patrões da indústria constituíram-se em sindicatos, sob o rótulo de “empresas de segurança e inquérito”, enquanto os assalariados consideravam-se, simples “empregados de segurança”. Na conclusão de um processo que fez com que esse setor se diferenciasse nitidamente, ao mesmo tempo em que ganhava volume de atividade, os institutos encarregados da elaboração das estatísticas sócio-econômicas começam a reagrupar certas empresas sob a rubrica “serviços de segurança e vigilância”. Os poderes públicos das províncias vão, por seu lado, elaborar regulações específicas ao utilizar o termo “segurança privada”. Essas classificações não são sempre compatíveis entre elas, e regulam critérios de inclusão às vezes muito diferentes; a maioria das empresas encontra uma categoria a qual pertence: são as empresas que constituem o coração da indústria.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Assim, as leis em vigor fazem prestações de serviço de “inquéritos comerciais” ou de “testes de recrutamento”, funções próprias a esse universo, até mesmo quando as primeiras não deixam de lembrar os serviços oferecidos por escritórios de conselho comercial ou de *marketing*, e as segundas, a de agências de trabalho temporário. Na verdade, essa legislação consagra apenas uma prática estabelecida nas empresas de inquérito, que se tornaram sociedades de monitoramento e de guarda nos anos 1960 e 1970. No outro extremo, as empresas de transporte de dinheiro oferecem serviços bem distantes de uma definição social de segurança, tais como a monetária, enquanto que as empresas de segurança eletrônica propõem serviços de gestão de recursos informáticos, e até de produção de *hardware*, em todos os pontos semelhantes aos propostos pelos escritórios de engenheiros. Parece, então, que a unificação dos serviços deva ser pesquisada no contexto da produção, mais do que no universo objetivado dos produtos que dela resultam, a construção de uma definição coerente dos “serviços de segurança” se revelam como sendo impossíveis de outra maneira. Essa definição é produzida *ex post* pelos próprios agentes: a categoria serve para dar uma unidade prática às ações das empresas, unidade, além disso, assegurada por enquadramentos comuns normativos e sindicais que colaboram com a objetivação dessas últimas, apesar das diferenças existentes entre os serviços e a heterogeneidade dos mercados dos quais estas empresas participam.

Um paradigma de prevenção

A prestação dos serviços mercantis de segurança é realizada pela implementação de saberes e de *know-how* que levam à cooperação entre as empresas prestadoras e portadoras das necessidades de proteção, ligados por um contrato comercial. Trata-se de sistemas de atividades organizadas segundo uma lógica preventiva, que se adaptam às necessidades dos fregueses e tentam antecipar, de maneira racional, os prováveis riscos. Estes dispositivos são organizados em função da manutenção de uma ordem que os próprios operadores criam e recriam em sua interação, ou seja, de uma ordem que deve ser negociada por aqueles que participarão, em seguida, de sua produção e conservação. As empresas de segurança privada são operadores comerciais que têm de legitimar sua existência e valorizar os serviços que oferecem. Seus produtos devem poder ser

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

diferenciados de outros serviços disponíveis no mercado – incluindo os serviços oferecidos pela própria polícia – e seus serviços devem ser reconhecidos como sendo de utilidade social por grupos que não estão, *a priori*, dispostos a reconhecê-los, tais como os jornalistas, os altos funcionários e os profissionais da política. Nesse quadro, a indústria da segurança privada optou pela “prevenção”, a fim de obter um espaço na divisão social do trabalho policial, e de se apresentar como adjunto da força pública na produção da segurança.

Do ponto de vista funcional, os serviços de segurança privada são, primeiramente, orientados para a manutenção da ordem e da prevenção de perdas. Esses objetivos são alcançados por práticas de aparência banal.

O agente de segurança deve observar, olhar, prevenir, fechar as portas, olhar as pessoas que não lhe agradam, de quem ele desconfia, chamar a polícia. (R.M., 53 anos, proprietário e diretor técnico de uma empresa de segurança privada, antigo comissário da Polícia Federal).

Em todo caso, ele não deve utilizar a força física, agindo como se lhe fosse conferido uma autoridade policial. Essa concepção acompanha a transição de um modelo de prestação de serviço, organizado em função da ostentação de meios violentos (armas, uniformes, rostos tensos, corpos musculosos), para o modelo de um serviço organizado a partir da comunicação e a aliança com o público.

O conceito de segurança mudou. Antes, o conceito de segurança era ter armas, muita gente com boné. Hoje é diferente. A segurança existe, porém, é mais dissimulada. (R.M., 53 anos, antigo policial e diretor técnico de uma empresa de segurança privada).

Isso não decorre de escolhas ideológicas ou morais dos empreendedores, mas do aprendizado que fizeram das formas mais eficazes para alcançar os objetivos desejados.

Em vários casos, desaconselhamos o uso de armas, porque, na verdade, não tem sentido. É um elemento de dissuasão mas, quando chega a hora de atirar, é um momento indesejável. Faz-se de tudo para não chegar a esse ponto. (E. M., 42, engenheiro e filho de general do exército, proprietário e diretor geral de uma empresa de segurança privada).

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Esses princípios contribuem para organizar as prestações de serviço e se impõem pouco a pouco nas interações com os fregueses. Hoje, os serviços com porte de arma estão cada vez mais raros. As estatísticas oficiais indicam que apenas um quarto dos agentes de segurança estão armados e os empresários de segurança confessam que há um abandono progressivo de armas de fogo. Houve até uma inversão de juízo no que se refere às competências de agentes armados, cuja falta de discernimento é temido.

Não é fácil dar uma arma para qualquer pessoa e contar com a sorte... Ela tem de estar muito bem preparada, a pessoa, saber que se há um assalto, ela não pode atirar porque tem gente em volta, pessoas que não têm nada a ver com isso. Então, para mim, a melhor arma é a comunicação. Que os funcionários tenham a possibilidade de se comunicarem com a sede se for preciso. Vamos até lá e lhes damos todo o suporte necessário. (J.Z., 45 anos, proprietário de uma grande empresa de segurança privada e filho do fundador da sociedade).

Nesse contexto, o porte de armas é visto como um elemento de risco suplementar: para a empresa, os prêmios do seguro e os danos que os agentes podem ocasionar são mais elevados; para os agentes de vigilância, intervir numa troca de tiros, ou simplesmente ser morto pelo único fato de parecer uma ameaça para um ladrão armado, é arriscado. Nessa mudança de perspectiva sobre as armas e as ferramentas de trabalho, é preciso notar a influência dos poderes públicos e dos fregueses das sociedades de vigilância.

Assim, um texto do governo da cidade de Buenos Aires indica que:

O serviço deverá se materializar pela execução de trabalhos de observação, de detecção e de conselhos preventivos e/ou neutralização e/ou supressão de riscos latentes e/ou evidentes, na finalidade de salvaguardar os bens e as pessoas [...]. Sua natureza será *PREVENTIVA, DISSUASIVA E DEFENSIVA*, nessa ordem estrita, contra atividades intencionais que representem um risco ou ameaça contra o objeto do serviço; e *PREVENTIVA E EFICAZ*, contra uma contingência fortuita (incêndio, vazamento de fluidos perigosos, acidente grave de explosão iminente, etc.)⁵

⁵ Governo da cidade de Buenos Aires, licitação nº 109/2003, 20 agosto de 2003, art. 6 e 7. Grifo do autor.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Os riscos que o dispositivo visa controlar vão bem além das ameaças “criminosas” e as instruções são redigidas numa linguagem técnica e racionalista. Em geral, os agentes de vigilância encarregados da produção do serviço vigiam o movimento das pessoas e das coisas. Eles tentam evitar situações favoráveis à desordem. Não fazem nada mais, nada menos do que “prevenção”.

Além de sua função legitimadora, o paradigma da prevenção é um conjunto de princípios que organiza a ação dentro de situações concretas: é implementado em função das características particulares do alvo que deve proteger. A experiência, adquirida pelos prestadores e pelos financiadores, à medida que os mercados foram se desenvolvendo, permitiu propor, cada vez mais, soluções sob medida. A retórica da adaptação às necessidades do freguês – que preenche, além disso, funções de distinção no terreno da concorrência com a polícia e com os outros operadores privados – aparece tanto nos folhetos das empresas quanto nas declarações dos empreendedores:

Não fabricamos um produto padronizado. Não temos nenhum pacote “tudo incluído” que tentamos impingir. [...] Um serviço pacote “tudo incluído” não convém a uma empresa. Então, introduzimos um monte de coisas que não são padronizadas: seja em nível operacional, seja em nível do contingente que recrutamos, seja do ponto de vista da solução eletrônica, do ponto de vista da câmera, do ponto de vista da informática, do ponto de vista da inteligência, como a gestão da informação; não é apenas um homem de pé diante da porta que a abre e fecha. (E.M., 41 anos, proprietário e diretor geral de uma sociedade de segurança privada).

O que esse empreendedor nos diz não é muito diferente do que seus pares afirmam durante as entrevistas: a disposição dos objetos e das pessoas no local a ser securizado depende do discernimento dos meios mais adequados para alcançar o objetivo visado. Quando os fregueses são mais desfavorecidos, economicamente e simbolicamente, as empresas de vigilância determinam as suas necessidades. Inversamente, as grandes empresas e administrações freguesas que, frequentemente, têm uma longa experiência de participação na troca e no consumo de serviços de segurança, dispõem de uma perícia que lhes permite definir o campo de ação do prestador. Os responsáveis pela segurança das firmas industriais, comerciais e financeiras têm, freqüentemente, propriedades sociais muito próximas das dos empreendedores de

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

segurança – policiais e militares aposentados – e podem, então, determinar o conteúdo dos pedidos aos quais os prestadores deverão se ajustar. Além disso, seu poder econômico permite a essas empresas freguesas impor seus critérios ao fornecedor de segurança que se vê duplamente dominado por seu pequeno tamanho relativo e por sua posição num sistema de troca assimétrica, que favorece o freguês.

Todas essas atividades e os discursos que as acompanham, revelam que os agentes, engajados na securização de um conjunto particular de bens e de pessoas, agem com uma pretensão de racionalidade. Os dispositivos que antecipam as ameaças criminais, por exemplo, se baseiam numa teoria dos comportamentos delinquentes: o delincente seria um agente racional que calcularia a relação entre custo, benefício e oportunidade de seu comportamento, permitindo uma antecipação racional desse tipo de ação. Um empreendedor que oferece serviços de vigilância nos bairros ricos do norte de Buenos Aires nos apresenta alguns elementos dessa visão do delito.

Nesta zona que chamo de “a ilha”, tem gente que vem roubar lá de Laferrère [bairro popular situado a aproximadamente 40 quilômetros]. E por quê? Se você rouba uma bolsa, aqui, de uma mulher bem vestida que está descendo de um carro, dá uns 200 ou 300 pesos garantidos. Três ou quatro bolsas por dia, dá uns 1000 pesos num dia⁶. (D.S., 45 anos, capitão do exército aposentado e proprietário de uma empresa especializada na proteção de casas individuais).

Essa visão racionalista e liberal dos “mercados de delito”, entendidos como espaços mais ou menos rentáveis, é acompanhada de uma concepção de “delincente” como “profissional” cujo objetivo é a apropriação dos bens dos outros (BECKER, 1973, p.159-160). O oportunismo dos delinquentes é a consequência direta necessária à concepção preventiva da segurança empregada por policiais e vigias.

Se o delincente quer roubar e vê que, num imóvel, há uma câmera de vídeo e um vigia que ele não sabe se tem arma ou não, e, ao lado, um outro imóvel cuja fechadura ele sabe que está quebrada porque ele a examinou, ou cuja porta da garagem fica aberta por alguns segundos, ele certamente vai escolher o imóvel que não está securizado. (R.M., diretor de empresa).

⁶ Na época da pesquisa, isso era o equivalente ao salário mensal média entre as categorias populares, de uma operadora de caixa ou de agente de segurança privada, por exemplo.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

É bem provável que essa teoria nativa da racionalidade do comportamento desviante seja importada de sua profissão de origem: para os antigos funcionários das forças armadas do Estado, que representam por volta de 90% dos dirigentes de empresas de segurança privada, os saberes adquiridos e aplicados durante a passagem pela polícia ou pelo exército constituem os pontos de referência para organizar e, em seguida, julgar, as competências técnicas requisitadas em matéria de segurança (LORENC VALCARCE, 2011).

Além do controle do delito, os serviços de vigilância contribuem para a definição das fronteiras entre os indivíduos e os grupos, mas ela preenche várias funções que podemos resumir, muito genericamente, sob o termo local de “vigilância”. Nos locais de residência, as ameaças são múltiplas.

Mais do que a segurança, um bairro fechado exige empregados administrativos. Pois trata-se de controlar os fornecedores, as visitas, os empregados domésticos e de manutenção. Eu tenho o country Lagartos [um *country club*⁷ muito grande] há cinco anos e lá tem 2000 casas. 5000 moradores fixos, mais de 2000 empregados domésticos e de manutenção. Durante os fins de semanas há por volta de 10 000 visitas ou campeonatos e, se não estivéssemos preparados para isso, não estaríamos trabalhando lá há cinco anos. (J.Z., 45 anos, proprietário de empresa de segurança privada).

As empresas industriais que compram este serviço visam evitar perdas.

Os três pilares do trabalho são: a prevenção de roubos, a prevenção de acidentes e a prevenção de incêndios, tudo o que provém da prevenção de perdas. (A. M., 53 anos, diretor de recursos humanos de uma sociedade de segurança privada, antigo responsável pela segurança de um supermercado).

O consumo de serviços de segurança depende da organização e do funcionamento geral dos locais de recepção. Para entender as funções de segurança privada, é necessário ter em conta as demandas dos clientes e as características de suas necessidades de proteção.

⁷ Centros residenciais situados nos subúrbios com área verde onde se encontravam, antigamente, as propriedades no campo das elites que se tornaram locais de residência permanente nos anos 1980 e 1990 (THUILLIER, 2002).

A troca mercantil, princípios de correspondência entre vendedores e compradores.

Nos mercados econômicos, as empresas que comercializam o mesmo produto participam de uma luta, mais ou menos pacífica, que podemos chamar de “concorrência” (WEBER, 2003). O modo de participação de um agente, no jogo da concorrência, é determinado pela posição que ocupa no mercado, ou seja, pelas relações objetivas que o unem a outros fornecedores e ao universo impreciso dos fregueses. No entanto, é raro que uma empresa de segurança se lance na concorrência livre. Pelo contrário, as diferentes empresas procuram seu próprio nicho e se adaptam: “[...] elas não entram na concorrência pura, mas na procura e na manutenção de papéis, uns em relação aos outros, no quadro de um conjunto de compradores providos de discernimento.” (WHITE, 1981, p.520).

Existem serviços e clientes que são acessíveis a todas as empresas, enquanto que outros, não. Não se trata, pois, de uma luta do tipo “todos contra todos”. As grandes empresas reservam para si segmentos do mercado que são inatingíveis para as pequenas, que devem então se virar para constituir, para si, uma freguesia junto às populações cujas necessidades ainda não se transformaram em “demanda”. Isso explica a ampliação contínua dos mercados em direção aos novos grupos sociais e a existência cada vez maior de oferta particular à disposição dos pequenos fregueses. O poder comum das grandes empresas se exprime, assim, pela sua capacidade de reservar para si um espaço de disputa pelos grandes fregueses, enquanto que as pequenas e médias empresas devem se adaptar, muitas vezes através da busca por novos segmentos – seja procurando novos fregueses, seja oferecendo novos produtos a seus clientes –, no contexto de uma “luta pela vida” que se torna cada vez mais intensa. Esses nichos são frequentemente o dos “fregueses à disposição”, que são mais ou menos cativos pelo fato de manter com o produtor de relações que ultrapassam a pura troca de serviço pelo dinheiro. Em outros casos, eles vêm do investimento desigual que os operadores empreendem no espaço geográfico e no espaço (social) dos fregueses.

A análise global da clientela de diferentes tipos de empresas de vigilância revela que há princípios de correspondência que estão sendo utilizados: não é qualquer laço

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

que une os produtores e os consumidores, e as exceções devem ser ponderadas no quadro destes laços sistemáticos que constituem a regra. De um lado, há uma correspondência entre certos tipos de serviços oferecidos e as necessidades particulares de proteção; do outro, há um princípio de correspondência que remete a certas posições homólogas entre quem oferece e quem demanda. Para apresentar essas regularidades, construímos e analisamos, sistematicamente, uma base de dados dos fornecedores do Estado, no setor da segurança privada. Achamos informações complementares em 160 *sites* da *internet*, apresentados anteriormente, e relatórios publicados pelas grandes sociedades da indústria da segurança. As entrevistas com os dirigentes das empresas de segurança e com seus fregueses nos forneceram informações sobre os detalhes desses laços.

Começamos, então, por aquilo que podemos chamar de “setorialização”. De fato, diferentes tipos de fregueses se distribuem de maneira desigual, entre as empresas, em função de sua especialização num certo campo de serviços. Guardaremos, aqui, a classificação mais global, que corresponde aos três ramos da indústria da segurança:

Tabela 3: Distribuição dos fregueses das sociedades de segurança privada por setor econômico e segundo o ramo (porcentagens)

SETOR	Vigilância humana	Eletrônica	Transporte de valores	TOTAL
Indústria	33	23	0	29
Administrações	17	7	6	15
Bancos e serviços financeiros	8	25	72	14
Centros comerciais e lojas	8	5	22	9
Associações	9	2	0	8
Transporte	7	14	0	8
Estabelecimento de sistema de saúde	6	9	0	6
Centros residenciais e imóveis	4	7	0	4
Estabelecimento de sistema educacional	3	4	0	3
Terceirização de segurança	2	4	0	2
Serviços gerais	3	0	0	2
TOTAL	233 (100)	44 (100)	18 (100)	N = 295 (100)

Fonte: Elaboração própria a partir dos documentos do *Escritório Nacional de Contratações*.

Há, portanto, correspondências entre certos ramos da indústria da segurança e os diferentes campos de espaço dos consumidores. As empresas cuja atividade principal é a vigilância são as mais próximas das indústrias e das administrações, ou seja, dos

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

fregueses que querem securizar espaços industriais ou sedes administrativas, levando à circulação seletiva de pessoas e coisas. As empresas de segurança eletrônica fornecem, sobretudo, para centros industriais e comerciais, alarmes, dispositivos anti-roubo e sistemas de controle de acesso, enquanto que um grupo particular de empresas especializadas no monitoramento por satélite e os rastreadores de veículos é ligado às companhias de transporte⁸. As sociedades de transporte de valores são estruturalmente ligadas aos bancos e aos *shoppings*, sobretudo porque seus fregueses têm o recolhimento e a entrega de dinheiro entre suas atividades cotidianas.

Alguns exemplos podem servir para mostrar como se dão essas correspondências setoriais. No relatório da empresa de Prosegur constatamos que 90% dos fregueses dos serviços de guarda são empresas, dentre as quais 20% são bancos, 15% são *shoppings* e o resto, empresas industriais e comerciais diversas⁹. No ramo do transporte de valores, do qual Prosegur detém quase que o monopólio, a freguesia é muito mais homogênea: 60% dos serviços são de bancos e 25%, dos supermercados.¹⁰ Os 28000 consumidores de alarmes dessa firma se distribuem igualmente em duas categorias: famílias e Pequenas e Médias Empresas. Vemos claramente que esses três tipos de produto fornecem três mercados diferenciados. O fato de não dispormos, em outras empresas, desta diferenciação estrutural não permite captar a especificidade de cada tipo de freguesia.

Além do princípio de correspondência, que resulta da setorização das atividades dos prestadores de serviços, esses exemplos fornecem as primeiras pistas para uma análise das correspondências entre os prestadores de serviço e os fregueses, segundo a “superfície social” de cada um, medida de uma maneira muito aproximativa pelo número de assalariados, e enriquecida por correções, no que tange à antiguidade e à reputação da marca. As grandes companhias de segurança mantêm relações comerciais

⁸ O pequeno comércio e os fregueses particulares são mal representados nessa fonte que leva em conta apenas os fregueses mais importantes de cada sociedade de segurança. Outras fontes, como os relatórios de empresas, corrigem essa distorção.

⁹ Prosegur, *Informe anual 2002*, Madrid, 2003, 128p. Segundo um estudo gabinete Précepta, em 1990 os fregueses do serviço de guarda na França eram do ramo da indústria (25%), bancos (25%), setor comercial (20%), administrações e setor público (15%) e a *Defesa Nacional* (5%) (OCQUETEAU, 1997, p.68).

¹⁰ Prosegur, *Informe anual 2002*, Madrid, 2003, 128p. A pesquisa de Précepta, citada por Ocqueteau mostrava que, na França, os fregueses das empresas de escolta e transporte de dinheiro eram, sobretudo, do setor bancário, do correio e da grande distribuição (OCQUETEAU, 1997, p.68).

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

com agentes que ocupam posições análogas dentro do espaço dos consumidores, especialmente no que se refere ao volume global de capital, seja qual for sua forma. Mas não se trata simplesmente de homologias que farão com que as empresas “grandes” e “sérias”, em suma as “líderes”, tenham uma relação exclusiva com fregueses “prestigiosos”. É verdade que fregueses de peso não são nada acessíveis aos pequenos produtores e que se por acaso uma pequena empresa conseguisse servir um desses fregueses, ela se tornaria automaticamente uma empresa média: de fato, uma grande empresa que encomenda serviços de segurança pode contratar entre 200 a 400 agentes de segurança se a licitação inclui o conjunto das necessidades de proteção. Em outros casos, os fregueses dividem as licitações, o que permite contratar diferentes prestadores de serviço para os diferentes estabelecimentos ou organismos, escolhendo o melhor serviço e o mais barato segundo cada quadro. Podemos explicar, desse modo, o fato de que algumas pequenas e médias empresas da indústria da segurança possam ter fregueses prestigiosos: apesar de seu fraco capital econômico, elas têm frequentemente um forte capital tecnológico ou uma reputação que lhes traz vantagens simbólicas nas relações comerciais. Em outros casos, estamos diante de verdadeiros prestadores satélites das sociedades-freguesas que não têm muitos assalariados porque são, na verdade, serviços de segurança internos dessas organizações: trata-se de pequenas empresas que servem apenas um “freguês”, que é mais um “freguês” interno, numa hierarquia em que a concorrência mercantil não existe. Temos, finalmente, os serviços de qualidade inferior para os fregueses à margem: são serviços de vigilância para os pequenos comércios, para as residências de classe média, para os bairros suburbanos; é também o caso de serviços de instalação e de monitoramento de alarmes, especialmente em mercados periféricos.

As necessidades de proteção nas organizações

O consumo de serviços de segurança por organizações públicas e privadas se deve a necessidades específicas dessas organizações, no que tange tanto aspectos técnicos quanto modos de funcionamento desses sistemas de relações sociais. Nessa segunda dimensão, parece que existem lógicas totalmente diferentes que contrapõem – além de inumeráveis propriedades comuns – as empresas às administrações.

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

A observação mostra que a compra de serviços de segurança visa dois objetivos complementares: de um lado, a satisfação das necessidades de proteção; de outro, a externalização das responsabilidades que dizem respeito à relação contratual com os agentes de segurança. O primeiro objetivo depende de aspectos técnicos de serviço, portanto, da utilidade que seu consumo traz para o comprador; a segunda, depende de fins econômicos e organizacionais, que remetem a novas formas de gestão das empresas e às maneiras de reduzir os custos e, mais geralmente, os riscos.

O consumo de serviços de segurança depende da organização e do funcionamento geral das organizações de recepção. Trata-se de prestações de serviço que são definidas por diferentes membros do quadro dirigente da empresa, em interação permanente com o prestador. Cada elemento do sistema de segurança é o resultado de uma reflexão coletiva, ou até de lutas internas da empresa, e se ajusta em função da avaliação contínua de seu rendimento. O princípio que organiza o serviço é o mesmo que vimos os agentes do “pólo de oferta” oferecer, ou seja, a gestão de riscos:

Que nada desapareça, que ninguém entre se não lhe for permitido (...) se um problema surgir fazemos um inquérito e detectamos sua fonte, quer dizer, procuramos os responsáveis por isso. (M.T., responsável de área numa sociedade de serviços).

As considerações morais não estão muito presentes nos objetivos e nos princípios de operação dessas organizações: as normas são reduzidas à sua dimensão procedural, sem resultar em juízos sobre a bondade ou maldade das pessoas, a justiça ou injustiça dos atos (SHEARING; STENNING, 1987). Trata-se de gerenciar o movimento de bens e pessoas e depois detectar as falhas que provocam perdas ocasionadas por roubo, negligência ou espionagem. Para isso, a “segurança humana” – controle visual dos locais de acesso e rondas de vigilância – é integrada a sistemas eletrônicos de detecção.

Temos dispositivos de detecção de incêndio que fazem parte da segurança: o sistema de vídeo-vigilância, os alarmes sem fio. Temos uma rotina preestabelecida para que uma ronda seja feita em determinados momentos: há um ponto em que colocamos um leitor que coleta informação, os pontos críticos são, então, percorridos e podemos nos assegurar que o agente de vigilância esteve lá numa hora

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

precisa. Tele-carregamos no computador e podemos ver uma lista com horas, trajetos e outras coisas. (M.T., responsável do local numa sociedade de serviços).

Esses dispositivos são terceirizados para prestadores de fora, mas os empregados da organização que compra os serviços participam de seu controle em função das normas de funcionamento e dos procedimentos da empresa.

Chegado o momento, a decisão de contratar um prestador é formalmente tomada pelo gerente da segurança, mas ele opera em dois sistemas de relações que contribuem para estruturar a decisão: por um lado, ele faz parte da direção da empresa e outros gerentes dão sua opinião sobre as necessidades de proteção; por outro lado, ele mobiliza seus pares – as pessoas que ocupam a mesma posição dentro de outras sociedades – para prover-se de informações estratégicas. É por essa via que a reputação dos fornecedores começa a circular. Assim, a qualidade do serviço é antecipada através da rede de colegas que fornecem informações a partir de suas próprias experiências; quando possível, o responsável faz observações no próprio local. Uma vez estabelecida a relação contratual, a qualidade dos empregados parece ser o principal critério para julgar os candidatos para, em seguida, avaliar seu trabalho. As qualidades da pessoa, as características aparentes e suas competências são fundamentais para os consumidores.

A terceirização dos serviços de vigilância pelas empresas faz parte de uma tendência geral para a externalização. As empresas visam externalizar as funções secundárias, sobretudo a segurança e a limpeza, mas também a seleção de pessoal e de *marketing* – e a contratação de serviços de vigilância faz parte de um processo econômico mais geral. É claro que é preciso que se tenha consciência da necessidade, o que se torna cada vez mais freqüente, graças à institucionalização da indústria de segurança que contribui para dar, aos indivíduos e às organizações, referências sobre as utilizações possíveis desse tipo de serviço.

Também não se pode negligenciar o papel das seguradoras na produção de uma demanda de dispositivos e de serviços de proteção. Pela lei da segurança bancária editada em 1971, os bancos são obrigados a ter certos dispositivos de proteção, que são, por sinal, reforçados pelas exigências das seguradoras. É preciso sublinhar que o fato de ter seguro, permite aos bancos funcionar de uma certa maneira, sobretudo em situações de crise: já que o dinheiro é segurado, em caso de roubo, a preocupação é preservar a

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

vida das pessoas. O papel dos segurados também foi muito importante no ramo das escoltas de caminhões que transportam mercadorias. Essa exigência das seguradoras institucionalizou-se e os próprios fregueses acham que se trata de um requisito razoável porque o preço da prestação de serviço é relativamente baixo. Ao obrigar seus fregueses a instalar medidas de proteção, as seguradoras contribuem para a expansão da “demanda” de bens e de serviços de segurança que são comercializados por empresas privadas. Mas há apenas um dos mecanismos que liga o paradigma da “gestão dos riscos” ao crescimento da indústria da segurança privada. Esse paradigma também é uma ideologia gerencial em voga, um dos elementos de uma “concepção do controle” (FLIGSTEIN, 1996) que opera como princípio de organização e de compreensão no coração das empresas e, cada vez mais, de outras organizações.

Os laços entre as administrações do Estado e os fornecedores de serviço de segurança não parecem estar tão longe de uma modalidade mais geral que concerne todos os setores econômicos e todas as regiões do Estado. Segundo um de nossos informantes, existem no Estado dois circuitos de relações com as empresas que fornecem bens e serviços para as administrações: o “circuito da informação” e o “circuito da decisão”.

No primeiro circuito, os empreendedores têm contatos – às vezes com pequenos funcionários, embora empregados em postos estratégicos como a direção de compras ou o serviço de contabilidade – que os mantém a par das licitações. Graças a essa relação, as empresas têm conhecimento do estado dos mercados públicos, bem antes da publicação das licitações no jornal oficial e na imprensa, o que é obrigatório, mas que aparece, às vezes, nas páginas pouco lidas dos jornais. Do ponto de vista da empresa que quer contrair uma aliança com as administrações, o contato serve como fonte de informação.

No segundo circuito, os empresários entram em contato com altos funcionários, às vezes diretamente com os responsáveis políticos, e os acordos implicam em solidariedade política e econômica bastante estável que funciona normalmente segundo uma lógica de economia do dom. Além da informação, faz-se circular um verdadeiro poder de ação. Segundo o mesmo informante, além de dois outros, chega a acontecer de o encarregado da decisão redigir licitações com um representante da empresa que “deve” ganhar o concurso. Isso acontece por diversas razões: no contexto de um regime

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

democrático que está se consolidando, os empresários financiam campanhas eleitorais e “têm”, portanto, o direito de receber favores em troca, da parte dos detentores de postos políticos; no quadro de um Estado que mantém laços particularistas com os grupos sociais, existem altos funcionários e profissionais da política que favorecem seus familiares e seus amigos pessoais com recursos públicos: num contexto de corrupção mais ou menos generalizada, acontece que os signatários recebam uma comissão da parte do vencedor.

Assim que se estabelece o mecanismo da contratualização e se determina as necessidades de proteção, falta saber como são tomadas as decisões. O texto em vigor, que regula as compras efetuadas pela administração pública nacional – que é, aliás, tomada como referência para as administrações provinciais e municipais – explica que: “[...] quando se trata da compra de um bem ou de um serviço padronizado ou de uso corrente, cujas características técnicas podem ser especificadas e identificadas de maneira indubitável, entenderemos, em princípio, que a oferta mais conveniente é a de menor preço.”¹¹ Assim, as licitações definem as características das prestações e o fornecedor vencedor é escolhido normalmente – sendo todos os outros parâmetros presumidamente iguais – em função do preço. Isso se dá na medida em que o serviço ou o equipamento é definido como padronizado, portanto intercambiável e independente das “qualidades” que poderiam ser acrescentadas pelos produtores. Em quase todos os casos, por sinal, os pedidos especificam do quanto dispõem para as despesas. O prestador deve mostrar que pode preencher as condições exigidas, tanto no nível operacional, quanto no nível das condições formais da prestação. Ele deve, também, tentar oferecer preços abaixo dos que oferecerão seus concorrentes, reais ou esperados: isso leva a um conhecimento dos “preços de mercado”¹² e, às vezes, acordos com colegas e funcionários encarregados do pedido.

¹¹ Decreto n° 436/2000, art. 23.

¹² No estudo realizado no mercado das pulgas em Saint-Ouen, Hervé SciarDET propôs uma análise dos preços numa sequência temporal em três tempos: há primeiro o “o preço do anúncio”, é a resposta do vendedor à pergunta “quanto custa?” que todo comprador faz; há, em seguida, o “preço mercantil” que mostra o ponto em que muitos fregueses “estão quase se decidindo a comprar”; o “preço de transação” é, finalmente, o que realiza o acordo. Isso se inscreve numa intuição sociológica muito estimulante: “O que distingue os mercados realmente existentes é que os preços devem ser conhecidos.” (SCIARDET, 2003, p.120-124).

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

O “preço de transação” (SCIARDET, 2003, p.120) – quer dizer o que produzirá, efetivamente, a troca – é uma informação preciosa na ocasião das licitações. De fato, a ligação entre certos funcionários e certos prestadores pode servir para determinar, *ex post*, o preço que o que deve ganhar tem de apresentar para se ajustar às formalidades do “preço mais conveniente”. Pode acontecer que as licitações sejam redigidas, conjuntamente, pelo responsável pelo pedido e pelo prestador que ganhará a disputa, seja porque só ele poderá preencher os requisitos técnicos e legais exigidos, seja porque ele saberá oferecer o preço menos alto¹³. De qualquer maneira, normalmente, para ganhar, é preciso propor o melhor serviço.

Apesar das diferenças que distinguem as empresas comerciais das administrações públicas, as lógicas de consumo não divergem e visam a produção de uma ordem interna, assim como uma demarcação das fronteiras com o exterior. A análise das licitações, lançadas pelas administrações do Estado, e das coletividades territoriais, podem nos fornecer elementos para observar a maneira como esses fregueses definem suas necessidades e as atividades que as satisfarão.

Dois pedidos de serviço ilustram bem o modo como administrações da mesma coletividade territorial definem os serviços de que precisam¹⁴. No caso de um hospital de urgência na cidade de Córdoba, as funções atribuídas aos agentes de segurança são as seguintes:

Receber os pacientes doentes e seus familiares, com a devida cortesia; acompanhar a família durante as diferentes situações que ocorrerem; proteger o patrimônio do hospital; identificar e proibir a circulação de pessoas estranhas ao hospital, assim como de pessoas que não tenham laços com o paciente, com a exceção das mídias autorizadas; informar aos pacientes e familiares a proibição de circular em espaços de acesso limitado; fazer respeitar a proibição de circulação e de estacionamento na rampa de acesso à garagem do sub-solo; revistar os porta-malas e o interior dos veículos; proibir visitas aos familiares fora dos horários estipulados¹⁵.

¹³ Apoio-me, aqui, numa longa conversa de mais ou menos cinco horas na qual um engenheiro de informática, que eu conhecia há vinte anos e que trabalha como vendedor de uma grande sociedade norte-americana me explicou o funcionamento dos mercados públicos – e, aliás, de todos os mercados das grandes firmas que têm muitos pontos em comum com as administrações. Esse ponto de vista foi confrontado com o de um alto funcionário com o qual tenho relações pessoais há dez anos.

¹⁴ Esses exemplos expressam traços mais gerais encontrados pelas análises de umas sessenta licitações publicadas, entre 2002 e 2006, pelo *Escritório Nacional de Contratações*.

¹⁵ Município de Córdoba, Licitação n° 55-2005, art. 11.

Diferentemente, a direção encarregada das obras públicas, na mesma cidade, define, assim, os serviços requisitados para a segurança dos canteiros:

Controlar as entradas e saídas dos empregados, veículos, materiais, ferramentas, objetos e outros elementos; fazer rondas permanentes, tanto na sede quanto nos canteiros; registrar, por escrito, no caderno de serviço, todos os movimentos de veículos, materiais e empregados; assegurar-se de que as portas e janelas que dão para fora estejam fechadas durante os períodos em que não há atividades¹⁶.

A configuração do local sempre reduz o universo das prestações possíveis e necessárias. Um hospital não é um canteiro; os prédios, os objetos que devem ser protegidos, os movimentos de pessoas e a relação da organização com o público são diferentes. Todos esses parâmetros têm efeitos sobre o serviço de vigilância requisitado, sobre sua maneira de agir e, às vezes, sobre as qualidades dos agentes de vigilância empregados.

As famílias e sua luta contra a insegurança.

As práticas de apropriação dos serviços de segurança nos lares são múltiplas. Há um uso específico, que confirma o que havia sido antecipado na produção: os consumidores se apoderam dos serviços para se protegerem. As práticas concretas de consumo dos serviços são acompanhadas de um relato que contribui para constituí-las: Isso é feito para assegurar sua própria segurança.

Isso é evidente porque o fato de se tornar freguês dos mercados da segurança é ancorado numa experiência de insegurança: o dispositivo de proteção tem um efeito tranquilizador que permite que os consumidores mantenham suas rotinas habituais. Em certos casos, a segurança privada permite que as pessoas continuem a fazer coisas que não fariam se não tivessem a garantia que a presença de um vigia oferece: estacionar na rua, sair de noite e voltar tarde para casa, cuidar do jardim, passear com o cachorro ou lavar o carro na calçada. Em outros casos, sobretudo quando se tem o recurso de

¹⁶ Município de Córdoba, Concorrência de preço n° 323-2005, art. 10.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

serviços de alarme, os fregueses se sentem mais tranquilos quando têm de sair de casa para trabalhar ou para sair de férias: o dispositivo de proteção faz com que as pessoas não tenham de ficar em casa.

É por isso que a segurança privada fornece dispositivos que adquiriu raízes nas práticas das populações, mas também por causa de um elemento tranquilizador que vem preencher as necessidades que poderíamos chamar de “espirituais”. Os moradores dos bairros, dos prédios e das residências usam serviços de segurança – e outros dispositivos aos quais recorrem espontaneamente: travas, portas blindadas, e até zeladores – para proteger seus bens. No entanto, a dimensão mais destacada é a de se “sentir em segurança”. Um dos rendimentos do uso da segurança privada, não é a proteção, mas o estado subjetivo de alívio e confiança que ela produz entre os consumidores.

Como é que se “toma a iniciativa” no que tange o consumo de segurança privada? Quais experiências levam os indivíduos e os grupos a engajar-se em transações mercantis para assegurar sua segurança? Essas questões nos permitem entender a relação entre os motivos evocados e as práticas concretas de proteção.

Em nível residencial, existem dois grandes tipos de fregueses básicos dos serviços de proteção. De um lado, há os moradores de casas individuais que – quando dispõem de um serviço de alarme ou de um serviço de vigilância humana – muitas vezes participam de uma maneira ou de outra, da decisão de contratá-lo e têm, portanto, uma motivação mais ou menos clara, que podem, às vezes, verbalizar. De outro lado, há os moradores das residências – prédios com vigilância, condomínios particulares ou clube de campo – que, frequentemente, encontraram os dispositivos de segurança já estabelecidos: simplesmente tornaram-se cientes desse dado, na hora da mudança, enquanto um dos elementos de um conjunto de propriedades da habitação escolhida. No primeiro caso, podemos entender os mecanismos que resultaram numa relação mercantil tendo por objeto um serviço de segurança, enquanto que no segundo, devemos nos contentar em ter uma noção dos motivos que levam os indivíduos a escolher uma habitação securizada.

Na origem das transações mercantis, tendo por objeto a segurança dos bairros residenciais, encontramos uma combinação de iniciativa dos residentes e de trabalho comercial das empresas de vigilância. Num primeiro momento, representantes das sociedades visitam os vizinhos, para lhes oferecer um serviço de segurança privada.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Manifestações materiais começam a confirmar a presença destes dispositivos aos olhos dos residentes: guaritas, carros, locais, agentes em uniforme. Desde os anos 1980, essa presença é muito forte em certos bairros abastados – Belgrano R, San Isidro e Banfield, por exemplo – mas a tendência é que se generalize para zonas residenciais de outros grupos sociais. Sobretudo quando há grupos relativamente ricos na vizinhança de favelas e bairros populares degradados. No caso particular dos alarmes, sociedades como Prosegur, ADT e USS fizeram muita propaganda desde meados dos anos 1990 e enviaram verdadeiros exércitos de representantes comerciais para tentar atrair uma freguesia.

Esse tipo de ação preenche a mesma função que a presença física das coisas e das pessoas no local: mostrar para as populações a existência de um serviço que não existia anteriormente. As pessoas podem, de agora em diante, estabelecer uma ligação entre a necessidade indeterminada de proteção que, às vezes preencheram com uma grade ou um cão de guarda, e essa nova prestação que lhes promete um dispositivo mais eficaz contra os intrusos. As manifestações objetivas, que serviam, no começo, para apresentar a oferta de serviços de segurança, se tornaram elementos consolidados da morfologia urbana e as pessoas sabem que podem dispor desse tipo de serviço quando necessitarem. Não esperam mais a visita de um representante, eles já sabem quem chamar ou aonde ir para obter esse serviço.

Quando são confrontadas com uma proposta de aquisição dos serviços que lhes são oferecidos, os indivíduos justificam suas escolhas pela “insegurança ambiente”, que podemos detectar por diversas vias. “Nesta época, era uma época difícil, com toda a questão dos seqüestros” diz Emilio, um jovem que paga 40 pesos por mês por um serviço de vigilância para suas entradas e saídas de casa. O depoimento de um professor aposentado que participou da instalação de uma guarita em seu bairro vai na mesma direção:

Houve uma reunião de moradores do bairro, por causa de fatos ocorridos, não no próprio bairro, mas por causa da situação geral do país, da insegurança. Tivemos, então, várias reuniões com os vizinhos e decidimos instalar a guarita. (B. R., morador de bairro residencial, 76 anos).

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Neste caso, “a insegurança” – enquanto sistema de sentimentos e de representações em torno de ameaças de outros grupos sociais, notadamente sob forma de ataques criminosos – abrange as práticas sem ser diretamente enraizada em experiências pessoais de vitimização. Essas, em todo caso, contribuem para reforçar a visão de um risco mais geral.

A falência do serviço policial – e até o fato de ter se dirigido a funcionários de polícia para achar uma solução a uma situação sentida como crítica, e não ter tido uma resposta satisfatória – é, com frequência, evocada como uma razão para a contratação de um serviço particular de segurança privada:

Tivemos uma experiência difícil quando nos mudamos para cá. Foi um roubo, sem dano pessoal. Depois disso, ficamos um pouco impressionados. Com o tempo, percebemos que do jeito que a coisa estava indo e que as autoridades não podiam ou não tinham meios para nos dar segurança; nós resolvemos cuidar dela com os vizinhos. Falamos com vários vizinhos que tinham as mesmas preocupações, nos informamos quanto aos custos, à maneira de se organizar, e é assim que tudo começou, praticamente só com a gente. Outras ruas do bairro, vizinhos, foram aderindo pouco a pouco porque viram que vivíamos melhor, com uma qualidade de vida melhor. (R. B., morador de bairro residencial, 73 anos).

Nesse tipo particular de moradia, o acesso aos mercados de segurança leva à coordenação da ação de vários indivíduos, que atuam como representantes de seus grupos domésticos. A contratação do serviço reveste a forma de uma mobilização coletiva: alguns iniciadores, sensíveis ao problema da segurança por causa de suas próprias experiências pessoais e contatos mais ou menos fortuitos com representantes comerciais, pensam numa resposta que, em seguida, propõem a seus pares; outros grupos se juntam ao movimento e, muitas vezes, por imitação, isso se estende a zonas adjacentes. A maioria dos entrevistados seguiu, de fato, um movimento cuja origem não conhecia com precisão:

Bom, não foi idéia minha. Nesta rua, roubaram vários carros e há um comércio na outra rua que foi roubado. Então, uma reunião foi organizada. Nós fomos, os vizinhos, e a maioria disse sim. Ponto. (C. F., morador de um bairro residencial, 69 anos).

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

As coisas acontecem de maneira semelhante em alguns prédios que devem considerar a contratação de um serviço de segurança. Às vezes, os moradores organizam reuniões para dar uma solução aos problemas de insegurança que sentem e, às vezes, o síndico lhes propõe incorporar um guarda de segurança às despesas da habitação coletiva. A iniciativa e a morfologia da decisão variam, segundo o grau de “democracia” que encontramos em diferentes residências. Em todo caso, um movimento social começa a se articular. Como em todas as mobilizações, há casos em que a iniciativa não tem sucesso.

Em compensação, os novos imóveis, e sobretudo os condomínios fechados, têm, desde o início, uma arquitetura que exige a presença de um guarda de segurança privada, assim como dispositivos eletrônicos e óticos de vigilância. Não encontramos quase nenhuma iniciativa da parte dos moradores, mas a escolha de morar lá é determinada pela existência prévia do dispositivo de segurança, que faz parte de um “cardápio”, que expressa o novo estilo de vida das *gated communities*. Este é o caso de uma jovem executiva de um escritório de marketing:

Não, ela já estava instalada quando nos mudamos. Faz parte dos serviços do prédio. Q: Então não se trata de uma decisão... R: Não, mas foi um elemento importante para a escolha de mudarmos para cá. Não escolhemos a empresa, mas a levamos em consideração no momento de nos mudarmos. (V.R., moradora de prédio de apartamentos, 29 anos).

A escolha da residência é, muitas vezes, marcada por um medo que não é fruto das próprias experiências do indivíduo. A combinação de uma experiência de vitimização e a insegurança ambiente que percebemos ao nosso redor contribui, em certos casos, para a mudança para condomínios fechados ou residências securizadas:

Toda essa região começou a ficar meio feia, um vizinho foi vítima de roubo; roubaram por aqui. Nós éramos relativamente pequenos e um dia alguém entrou no jardim, pulando o muro. E entraram na edícula em que guardávamos as bicicletas, a máquina de lavar e todas essas coisas. E levaram tudo. Meus pais ficaram com medo: “Se entraram aqui, amanhã podem entrar dentro da casa onde estão as crianças”. Muito roubo, muita insegurança, e começaram a procurar informações para mudar de casa. A idéia já estava presente, é verdade, porque a casa era um pouco pequena para nós. E havia a possibilidade de ir para um condomínio fechado por causa da insegurança. A província

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

estava ficando cada vez pior e, em 1999, nos mudamos. (M. E., moradora de condomínio fechado, 23 anos).

Essa configuração das representações e de práticas é sustentada por pesquisas sobre a vida nos *countries* e os condomínios fechados. As pessoas que trocam a cidade pelo “*country*”, ou o condomínio fechado, são muito sensíveis à questão da segurança que, para eles, é ligada à vida em família e à tranquilidade. Há novos moradores desse tipo de habitação que tomaram essa decisão depois de uma ou várias experiências de vitimização. Mas a maioria não sofreu nenhum delito, e é mais prisioneira de um sentimento de insegurança que percebem ao olhar à sua volta e ao ouvir discursos da mídia (SVAMPA, 2001, p.89-90, p.231-232).¹⁷

Para os moradores de conjuntos residenciais e de condomínios fechados, o serviço de segurança faz parte de uma oferta mais geral e sistemática de “habitação segura”, cada vez mais comercializada dessa forma pelos agentes do mercado imobiliário, que permite gozar a liberdade que vemos desaparecer fora desses “guetos de luxo”. Escolheram um local de residência que lhes oferece um ambiente protegido, com fronteiras nítidas em relação a seu exterior. Há casos em que a escolha é consciente e na qual a segurança é o que mais pesa:

Q: Em que sentido o country dá segurança? R: O meu fica do lado da Panamericana e é só descer que já estou praticamente lá. Como não bebo álcool, em vinte minutos eu chego lá de carro. Depois, desço e tem vigilância; sinto-me protegido. Lá dentro você pode circular com toda a liberdade. (H. R., residente do country club, 39 anos).

Em outros casos, as pessoas simplesmente procuraram um lugar conveniente e, nos casos de prédios das principais cidades, o controle de acesso com um guarda de segurança faz parte de um novo estilo de vida que inclui, muitas vezes, a piscina e a sala de ginástica. Como “a insegurança” tornou-se uma noção estabelecida, que organiza toda uma variedade de representações, de sentimentos, de disposições e de práticas, a “segurança privada” tornou-se um elemento onipresente na paisagem urbana, e as pessoas aprendem que não é estranho adquirir esse tipo de serviço.

¹⁷ O mesmo se dá com pessoas que moram em habitações com segurança privada e que não foram vítimas de delitos e que ficaram convencidas de que os riscos de sê-lo aumentaram.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

Quando se fala com indivíduos circunscritos nessa categoria particular de clientes das empresas de segurança privada - ou, então, com os prestadores de serviço -, sobre o que os fregueses querem quando comprem seus serviços, eles sempre se referem “à insegurança”. Eles têm medo de ser vítimas e querem sentir-se seguros. A patrulha ou o agente uniformizado os tranquiliza.

Em todos os casos, esses fregueses procuram um serviço de “polícia preventiva” (justamente o que oferecem as empresas de segurança privada) e não, obrigatoriamente, o tipo de abordagem *ex post* que oferecem as instituições públicas (polícia, tribunais, direito penal, prisões). Sendo assim, definida a problemática, o nível teórico da pesquisa é, doravante, completamente diferente. Não há mais uma análise da morfologia das redes que constituem o mercado da segurança, mas uma análise da formação das preferências dos diferentes grupos sociais, e da “decisão” subjacente à contratação de um serviço de segurança privada. O mercado da segurança privada aparece enquanto instrumento social “ao alcance” (disponível ou não) na reserva do saber (mas também na reserva do dinheiro) de diversos grupos sociais.

Conclusões: a construção social de um mercado imperfeito

Se o “mercado de morangos”, que o artigo de Marie-France Garcia (1986) tornou famoso, revela como saberes peritos contribuem com a construção da realidade, nossa pesquisa mostra, *a contrario sensu*, como um sistema de relações mercantis se constrói, laboriosamente, a partir do momento que sua criação é pilotada por agentes que não têm competências econômicas especiais, nem no plano teórico, nem no plano prático. Além disso, o fato de se tratar de bens e de serviços cuja qualidade é incerta, também contribui para destacar a reputação dos produtores e os laços de confiança entre aqueles que fazem a transação. Trata-se de um “mercado imperfeito”, fortemente ligado ao Estado e profundamente enraizado em crenças e sentimentos muito valorizados pelas populações das sociedades contemporâneas: “a segurança”.

A mercantilização da segurança é um processo material e simbólico que transforma a proteção dos bens e das pessoas em mercadorias. A segurança-mercadoria leva à supressão progressiva do laço que unia a noção de segurança com o Estado, laço que, por sua vez, havia-se construído em oposição a uma visão da segurança como

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

responsabilidade dos grupos sociais secundários (família, tribo, cidade). Esse processo é realizado por agentes que agem de maneira prática, organizando as ações e as coisas segundo uma lógica mercantil: os empresários da segurança e seus fregueses. Há, além disso, agentes que contribuem para a criação de uma concepção de segurança privada enquanto forma legítima de proteção dos bens e das pessoas: são os homens políticos e os jornalistas, mas também os arquitetos, os altos funcionários, os empresários imobiliários e os publicitários. De fato, os mercados de segurança privada existem nas relações concretas entre os produtores e os consumidores, mas também nas suas representações feitas por outros grupos sociais e, sobretudo, na crença da legitimidade desta modalidade de controle da segurança.

Nossa pesquisa abordou o universo da segurança privada enquanto espaço mercantil. Se contrapomos uma visão sociológica à ciência econômica não é por simples vontade de polemizar: é porque essa abordagem permite ver as coisas de maneira diferente. Primeiro, nos apoiamos nos autores norte-americanos, muitas vezes reconhecidos como interacionistas e que fazem uso, permanentemente, da teoria das redes: Ronald Burt, Mark Granovetter e Harrison White, entre outros. Essa abordagem relacionista permite, num primeiro tempo, ultrapassar a concepção de indivíduos isolados que buscam seus interesses de maneira racional, característica das teorias econômicas. Mas ela se revela, muitas vezes, simplista demais e não consegue captar dois aspectos, no entanto, fundamentais para a constituição social das realidades econômicas: o poder e a formação de sistemas. Na França, a sociologia de Pierre Bourdieu oferece soluções sólidas para preencher essas lacunas: mas procuramos evitar partir dos conhecimentos desta tradição para aplicá-las, em seguida, sem reflexão crítica, a um objeto que teria se tornado, assim, um puro artefato. Nessa linha, há outros autores que oferecem igualmente elementos para uma concepção crítica das sociedades: em particular as abordagens “ecológicas” nos Estados Unidos, que incluem autores como Andrew Abbot no campo da sociologia das profissões, Michael Hannan, na sociologia das organizações e Wayne Barker, na sociologia dos mercados. Esses autores propõem hipóteses muito estimulantes para compreender a constituição dos grupos e as relações que eles mantêm com seu meio ambiente. Suas abordagens empíricas são, além disso, muito rigorosas sem deixar de ter uma forte dose do que Charles Wright Mills chamava de “imaginação sociológica”. Indo na mesma direção, uma corrente que se

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

interessa pelo poder no âmago das empresas e nos mercados, notadamente a partir de análises das “elites do poder” e das constituições dos *holdings*, nos ofereceu, igualmente, pistas para interpretações específicas da atividade econômica: é o caso da abordagem do “isomorfismo institucional” de Paul di Maggio, do estudo crítico dos “*interlocking directorates*” apresentado por Michael Schwartz e Beth Mintz ou, de maneira mais geral, concepções neo-marxistas de Neil Fligstein sobre a empresa, os mercados e a globalização.

De toda maneira, parece interessante empreender o projeto de uma sociologia dos mercados enquanto “fatos sociais totais”. Vimos que o da segurança é um mercado particular, no qual podemos apreender um processo mais geral de mercantilização. Seria interessante ver como este processo se dá em outro lugar e quais mutações profundas da sociedade contemporânea se exprimem nele: a generalização de estabelecimentos privados de ensino expõe, sem dúvida, mudanças na socialização das jovens gerações e estratégias de reprodução das classes sociais; as entregas a domicílio traduzem, sem dúvida, uma mudança das relações das famílias com o consumo, assim como as relações entre o espaço privado (“o lar”) e o espaço público (“a rua”). Aí também, na linha de uma sociologia dos mercados, podemos apreender – nos sistemas objetivos de relações de troca econômica – os efeitos causais de toda uma variedade de fatos sociais, aparentemente desconectados: as mutações da família e dos estilos de vida, a mudança das modalidades de consumo e dos espaços urbanos, a circulação das pessoas e sua distribuição pelo território, as relações socialmente variáveis diante das coisas de caráter público e a mudança do papel do Estado.

SELLING SECURITY: THE SOCIAL CONSTRUCTION OF PRIVATE SECURITY MARKETS IN ARGENTINA

ABSTRACT: *This article presents a systematic analysis of the private security market in Argentina. Whether the production of surveillance and protection services is organized as an industry and if the exchange between producers and consumers is organized as a market, could we not use the contributions of economic sociology to consider a reality that to a certain point is a special system of market relationships? I first analyze the ties and power relations that structure the space of producers of private security services, considering the diversity of services offered and the framework that unify them. I then discuss the rhetoric of prevention that accompanies the marketing of these services, how they adapt to customer demands and the needs groups and organizations meet with the consumption of such products.*

Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção na Argentina

KEYWORDS: *Private security. Markets. Surveillance. Prevention. Order maintenance.*

REFERENCIAS

BECKER, H. **Outsiders**: studies in the sociology of deviance. New York: Free Press, 1973.

BOURDIEU, P. **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seuil, 2000.

_____. Une révolution conservatrice dans l'édition. **Actes de la recherche en sciences sociales**, Paris, n.126/127, p.3-28, 1999.

FLIGSTEIN, N. Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions. **American sociological review**, Washington, v.61, n.4, p.656-673, ago. 1996.

FRIGO, E. Hacia un modelo latinoamericano de seguridad privada: los nuevos desafíos en la región, Bogotá. In: CONGRESO LATINOAMERICANO DE SEGURIDAD, 1., 2003, Bogotá. **Anales...** Bogotá, 2003. Disponível em: <
<http://www.monografias.com/trabajos15/seguridad-priv/seguridad-priv.shtml>>. Acesso em: 03 fev. 2012.

GARCIA, M.-F. La construction sociale d'un marché parfait: le marché au cadran de Fontaine-en-Sologne. **Actes de la recherche en sciences sociales**, Paris, n.65, p.2-13, 1986.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American journal of sociology**, Chicago, v.95, n.3, p.481-510, nov. 1985.

GRANOVETTER, M.; MCGUIRE, P. The making of an industry: electricity in the United States. In: CALLON, M. (Ed.). **The laws of the markets**. Oxford: Blackwell, 1998. p.147-173.

GRANOVETTER, M.; MCGUIRE, P.; SCHWARTZ, M. Thomas Edison and the social construction of the early electricity industry in America. In: SWEDBERG, R. (Ed.) **Explorations in economic sociology**. New York: Russell Sage Foundation, 1993. p.213-246.

INGRAM, P.; ROBERTS, P. Friendships among competitors in the Sydney hotel industry. **American journal of sociology**, Chicago, v.106, n.2, p.387-423, 2000.

LORENC VALCARCE, F. **La sécurité privée en Argentine**: entre surveillance et marché. Paris: Karthala, 2011.

OCQUETEAU, F. **Les défis de la sécurité privée**: protection et surveillance dans la France d'aujourd'hui. Paris: L'Harmattan, 1997.

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v. 4, n. 2, jan/jul. 2012.

**Vendendo segurança: a construção social dos mercados de vigilância e proteção
na Argentina**

PODOLNY, J.; STUART, T.; HANNAN, M. Networks, knowledge, and niches: competition in the worldwide semiconductor industry, 1984-1991. **American journal of sociology**, Chicago, v.102, n.3, p.659-689, nov. 1996.

SCIARDET, H. **Les marchands de l'aube**: ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen. Paris: Economica, 2003.

SHEARING, C.; STENNING, P. Du Panoptique à 'Disneyworld': permanence et évolution de la discipline. **Actes**: Cahiers d'action juridique, Paris, n.60, p.27-33, 1987.

SVAMPA, M. **Los que ganaron**: la vida en los countries y barrios privados. Buenos Aires: Biblos, 2001.

THUILLIER, G. **Les quartiers enclos**: une mutation de l'urbanité?: le cas de la région métropolitaine de Buenos Aires (Argentine). 2002. 386f. Thèse (Doctorat en géographie) - Université Toulouse II Le Mirail, Toulouse, 2002.

WEBER, M. **Economie et société**. Paris: Pocket, 2003. 2 v.

WHITE, H. Varieties of markets. In: WELLMAN, B.; BERKOWITZ, S. D. (Ed.). **Social structures**: a network approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. p.227-260.

_____. Where do markets come from? **American journal of sociology**, Chicago, v.87, n.3, p.517-547, nov. 1981.